Lead Management

Mode d'Emploi

TABLE OF CONTENTS

1. QU'EST CE QU'UN LEAD ? 3
2. INTÉGRATION DES LEADS DANS DATACAR CRM 3
3. REPORTING AUTOMATIQUE DU TRAITEMENT DES LEADS 3
4. PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT 4
5. GESTION DES CAMPAGNES ET AFFECTATIONS DES LEADS 5
   5.1. Les leads sont intégrés aux campagnes automatiques de DATACAR CRM. 5
   5.2. Paramètrage d'une campagne « leads » 6
      5.2.1. Duplication automatique des paramètres d'une campagne 8
   5.3. Affectation d'un lead au vendeur 9
6. INFORMATIONS SUR LE LEAD 11
   6.1. Depuis la relance 11
   6.2. Depuis l'affaire 12
7. INFORMATIONS IMPORTANTES 13
   7.1. Gestion des relances 13
   7.2. Gestion des pop up 13
   7.3. Affectation automatique des leads et Agenda 13
8. SLMI (SHOWROOM LEAD MANAGEMENT INTERGRATION) SECONDARY FEEDBACK 14
9. TABLEAUX DE SUIVI SPÉCIFIQUE LEADIT 15
10. SUIVI DES TRAITEMENTS DES LEADS AVEC COMPARAISON DES DATES CIBLES ET DATES DE RÉALISATION 16
11. SUIVI DES ÉTATS DE RAPPROCHEMENT 17

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

Madame, Monsieur,

Les explications ci-dessous vous permettront de mieux comprendre comment s'intégrent dans DataCar CRM les leads provenant des campagnes de votre constructeur.
Nous restons à votre disposition au 04 78 78 11 11 pour tous renseignements.
Cordialement,

L'équipe Datacar CRM.

1. QU'EST CE QU'UN LEAD ?

Un lead est un *« Contact qualifié généré par une opération de marketing. Un lead est donc un prospect sur lequel on a les informations indispensables pour l'amener à devenir client. » (Source : Mercator).*
Dans notre cas, un lead est un contact provenant d'une opération marketing ou commerciale de votre constructeur. Ce contact est donc intégré dans votre outil DataCar CRM sous forme d'une relance afin de répondre à ses attentes.

2. INTEGRATION DES LEADS DANS DATACAR CRM

Il est désormais possible d'intégrer directement les leads en provenance de la marque dans DATACAR CRM.
Pour cela une configuration doit être réalisée pour chaque campagne à la réception du premier lead de celle ci.
Cette action est réalisée par l'utilisateur disposant d'un accès au module Marketing.
Une fois ce paramétrage réalisé il suffira d'attribuer les leads reçus aux vendeurs pour que ceux ci les traitent dans le cadre des process standards de DataCar CRM.

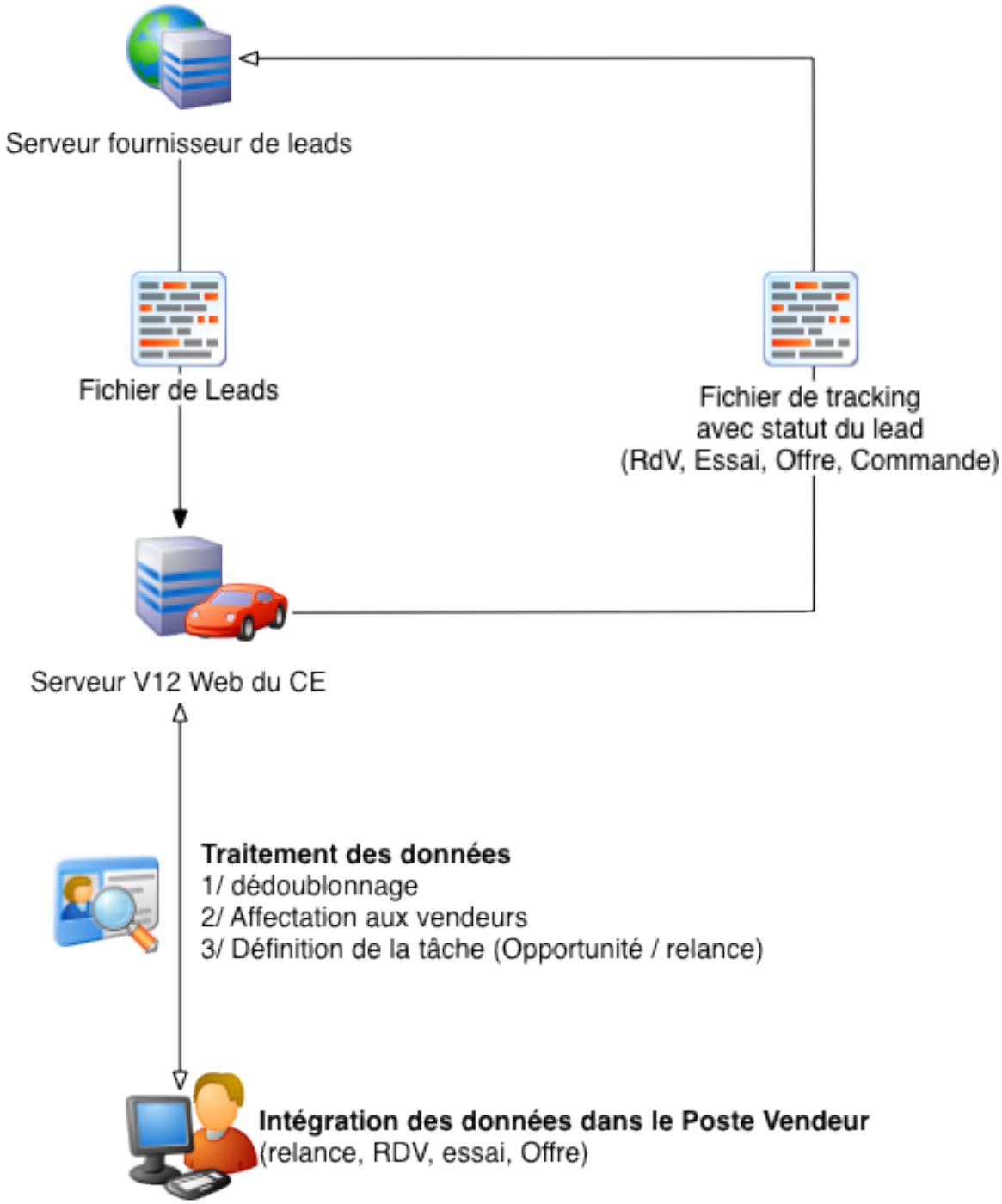
3. REPORTING AUTOMATIQUE DU TRAITEMENT DES LEADS

DATACAR CRM Web permet de suivre l'évolution des actions réalisées et les changements de statut des leads. Ces changements pourront être communiqués automatiquement au constructeur.

Afin d'assurer la plus grande qualité dans le retour d'informations il est très important que le process de suivi soit renseigné avec précision (clôture des relance, prise de RdV, essai, …)

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

4. PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT


Serveur fournisseur de leads
Fichier de Leads
Fichier de tracking
avec statut du lead
(RdV, Essai, Offre, Commande)
Serveur V12 Web du CE
Traitement des données
1/ dédoublonnage
2/ Affectation aux vendeurs
3/ Définition de la tâche (Opportunité / relance)
Intégration des données dans le Poste Vendeur
(relance, RDV, essai, Offre)

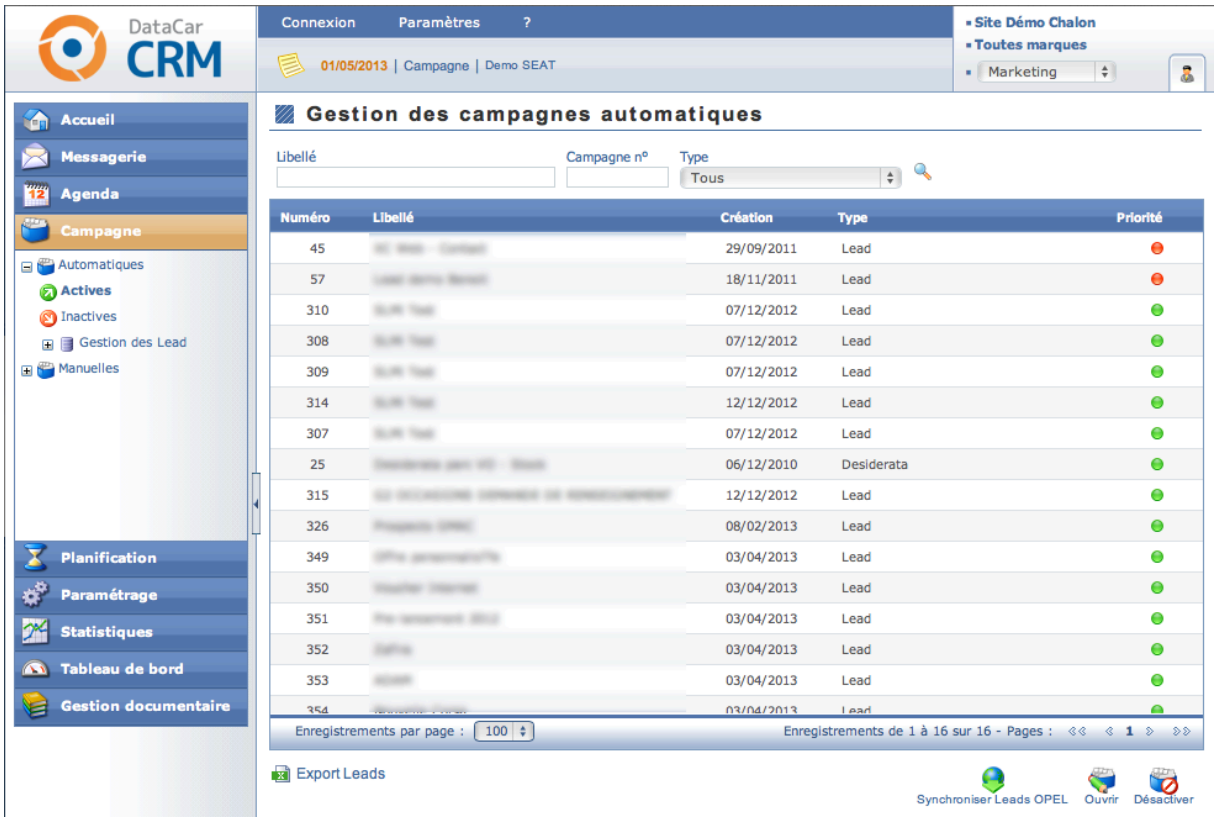
© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

5. GESTION DES CAMPAGNES ET AFFECTATIONS DES LEADS

5.1. Les leads sont intégrés aux campagnes automatiques de DATACAR CRM.

Les campagnes de Leads et l'affectation des leads sont gérés dans le module marketing par le Lead Manager (Chef des Ventes, Responsable Marketing, …).

Les leads « externes » sont gérés dans le cadre de campagnes classiques dans DATACAR CRM.
Ils rentrent dans le cadre des campagnes automatiques dans DATACAR CRM.

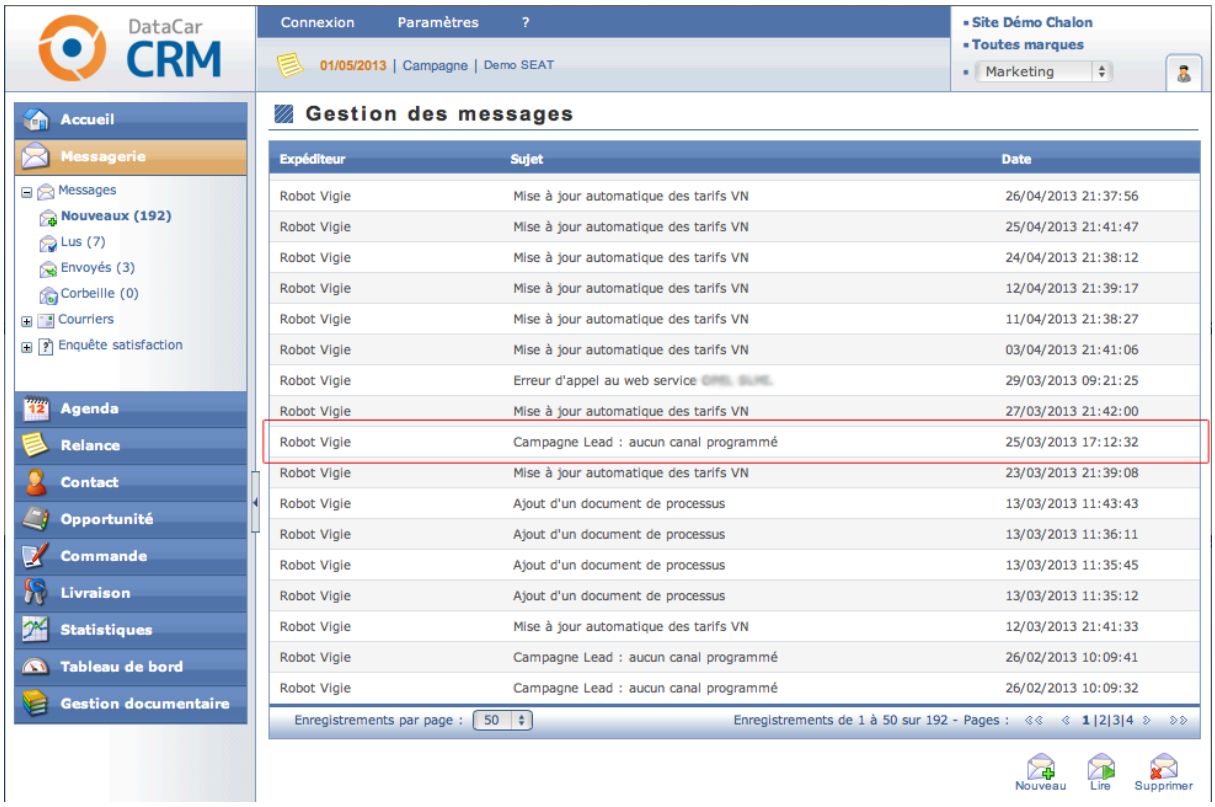


© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

5.2. Paramètrage d'une campagne « leads »

Pour que les Leads puissent être traités, la campagne doit être paramétrée et activée.

Lorsqu'un Lead appartenant à une campagne qui n'est pas disponible dans DATACAR CRM est reçu, un message est envoyé au Lead Manager lui indiquant qu'une campagne est en attente de configuration.



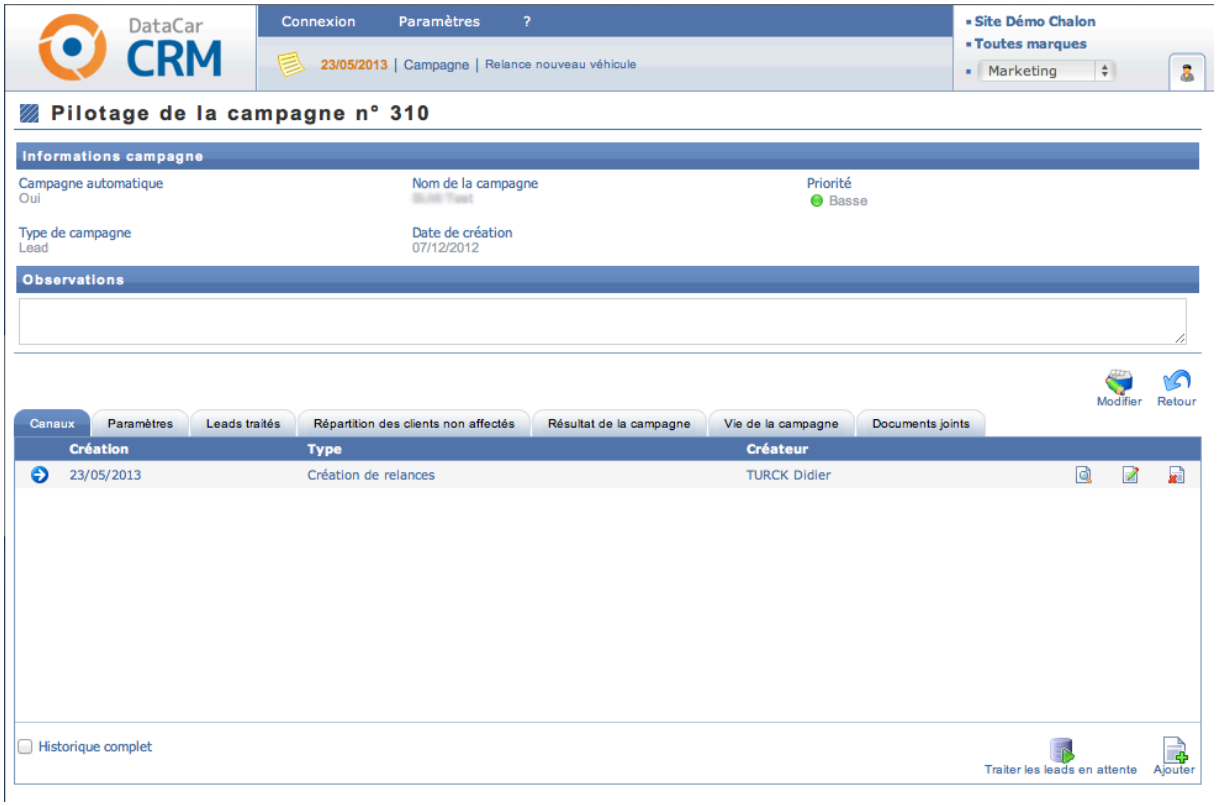
Pour configurer une campagne « leads » il faut dans le module marketing se rendre dans le menu :

Campagne > Automatiques > Gestion des Leads > Attente configuration campagne

L'utilisateur retrouvera à cet emplacement l'ensemble des leads appartenant à des campagnes en attente de configuration.
Il suffit, pour chaque nouvelle campagne, de sélectionner l'un d'eux et de cliquer sur « Configurer » en bas à droite.

On accède alors à l'écran de paramétrage.

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.



- Canaux : Permet de préciser si le lead doit générer une relance simple ou ouvrir une opportunité. Pour une création d'action (relance / Opportunité) immédiate la Date de relance (nombre de jours à partir de la date de création) doit être à « 0 ».
- Paramètres : Rappelle les informations concernant le fournisseur, le service et l'identifiant de campagne (externe). C'est également ici que l'on peut préciser si l'on souhaite un traitement automatique des contacts et une création automatique des contacts.
- Leads Traités : Présente la liste des leads traités dans le cadre de cette campagne.
- Répartition des clients non affectés : Permet de paramétrer l'affectation des contacts qui n'ont pas été précédemment affectés à un vendeur.
- Vie de la Campagne : Permet de suivre les phases d'activation et désactivation de la campagne en identifiant le collaborateur respondable de l'action.
- Documents Joints : Permet d'associer des documents téléchargés à la Campagne.

Une fois le paramétrage effectué il est possible de traiter tous les leads de cette campagne directement en activant la fonction « Traiter les leads en attente » par l'intermédiaire du bouton en bas à droite.

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

5.2.1. Duplication automatique des paramètres d'une campagne

Il est possible de faire en sorte que le système paramètre lui même les nouvelles campagnes sur la base de la dernière configuration validée par l'utilisateur sous réserve que la nouvelle campagen soit issue du même fournisseur et corresponde au même service.

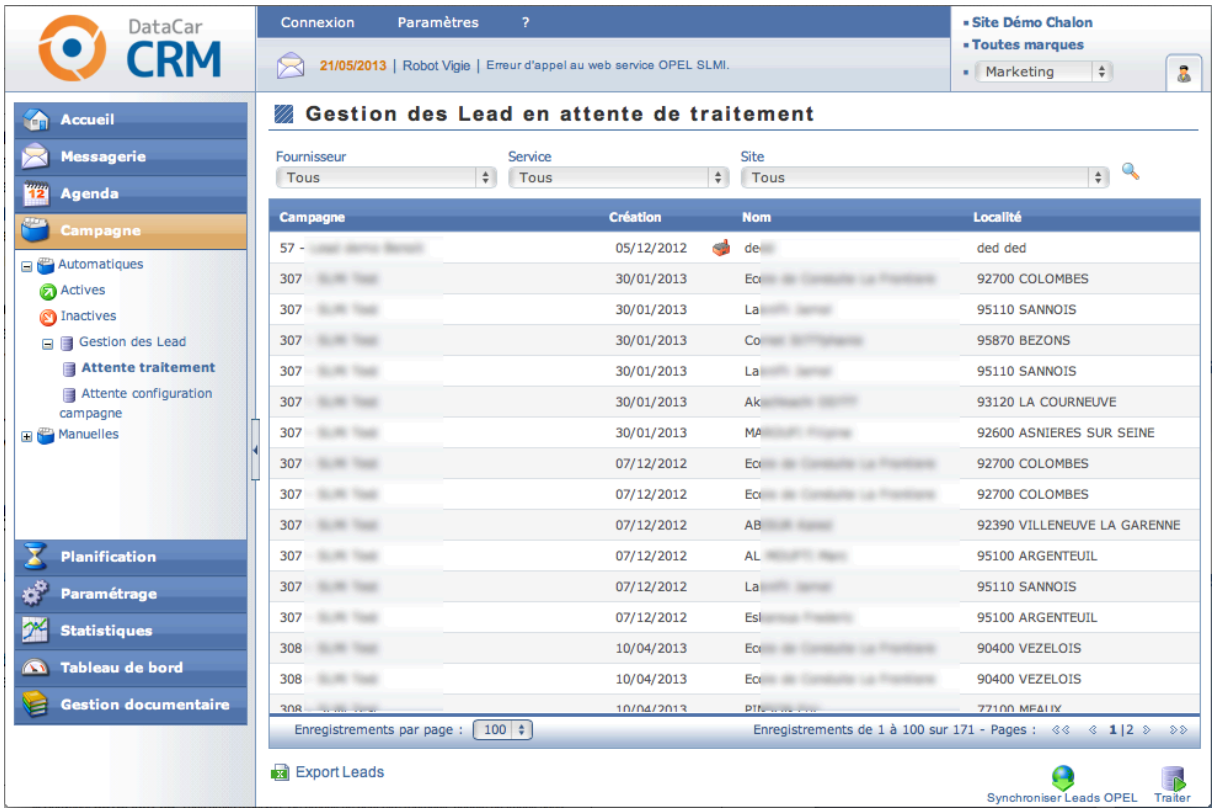
Pour cela il faut activer la fonction dans le module marketing sous :
Paramètrage > Marketing > Paramètrages divers (campagnes)

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

5.3. Affectation d'un lead au vendeur

Lorsqu'un lead à traiter est importé dans DataCar CRM celui ci apparaît dans le module Marketing sous :

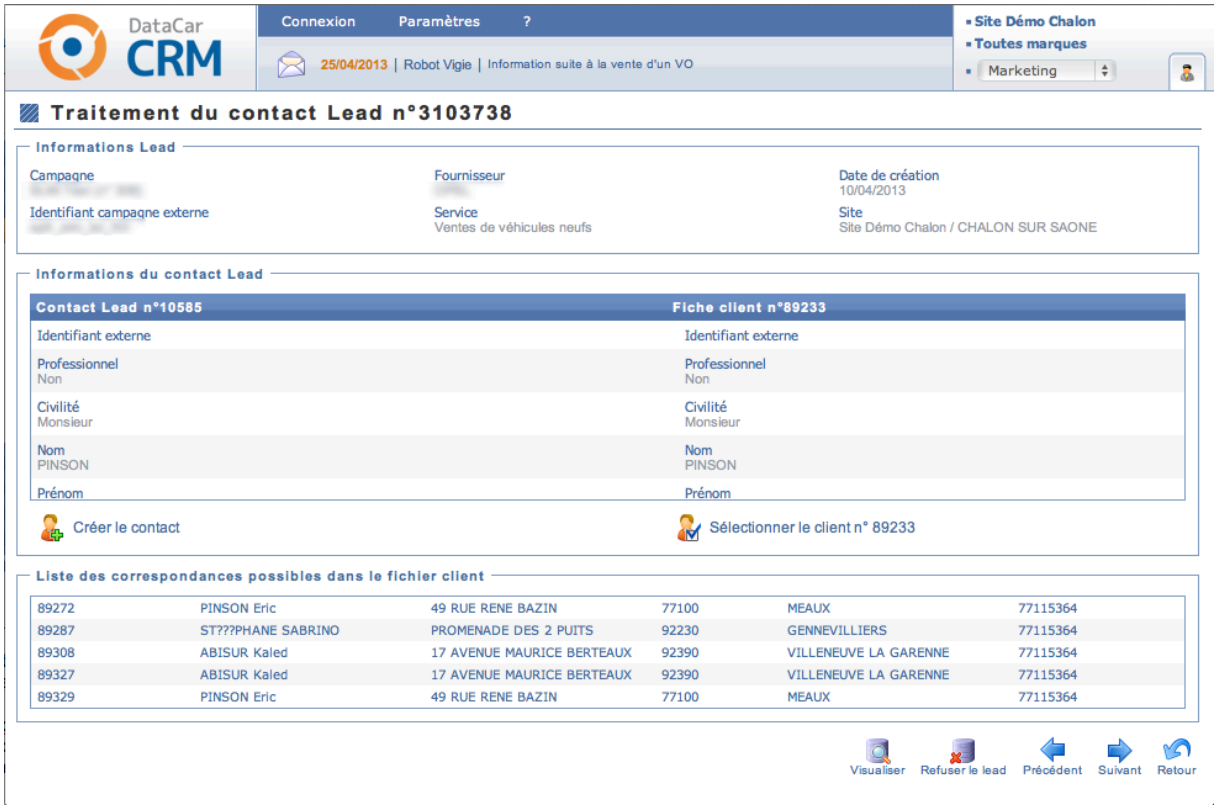
Campagne > Automatiques > Gestion des Leads > Attente traitement



Note : si le paramétrage de la campagne intègre un traitement automatique des leads et qu'il n'y a pas de doute sur l'existence d'un doublon, le lead pourra être affecté automatiquement.

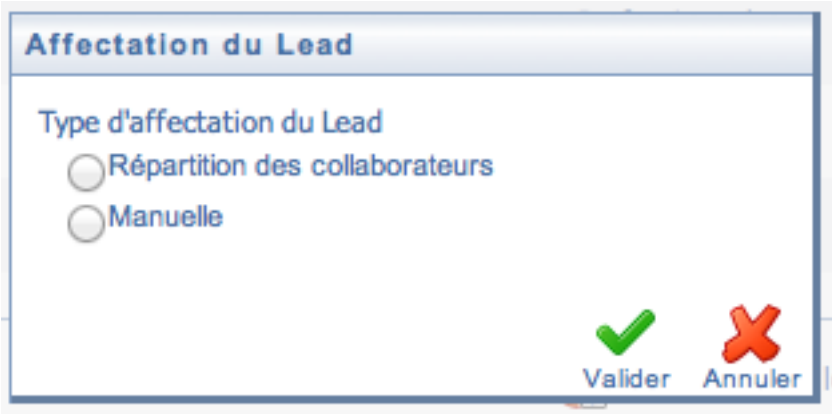
Pour affecter le lead à un vendeur il suffit de cliquer sur le bouton « Traiter » en bas à droite.
Le lead passera alors par le process de dédoublonnage permettant de préciser s'il s'agit d'un nouveau contact ou d'un contact existant.

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.



Il s'agit du process de dédoublonnage classqiue de DataCar CRM.

Une fois l'action de dédoublonnage réalisée le lead manager se verra proposé le mode d'affectation.



- Automatique : le lead sera affecté à l'un des vendeurs identifiés dans le paramétrage de la campagne. Le système attribuera automatiquement le contact au vendeur auquel il était préalablement affecté le cas échéant.
- Manuel : le lead manager choisi lui même à quel utilisateur il souhaite affecter le lead.

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

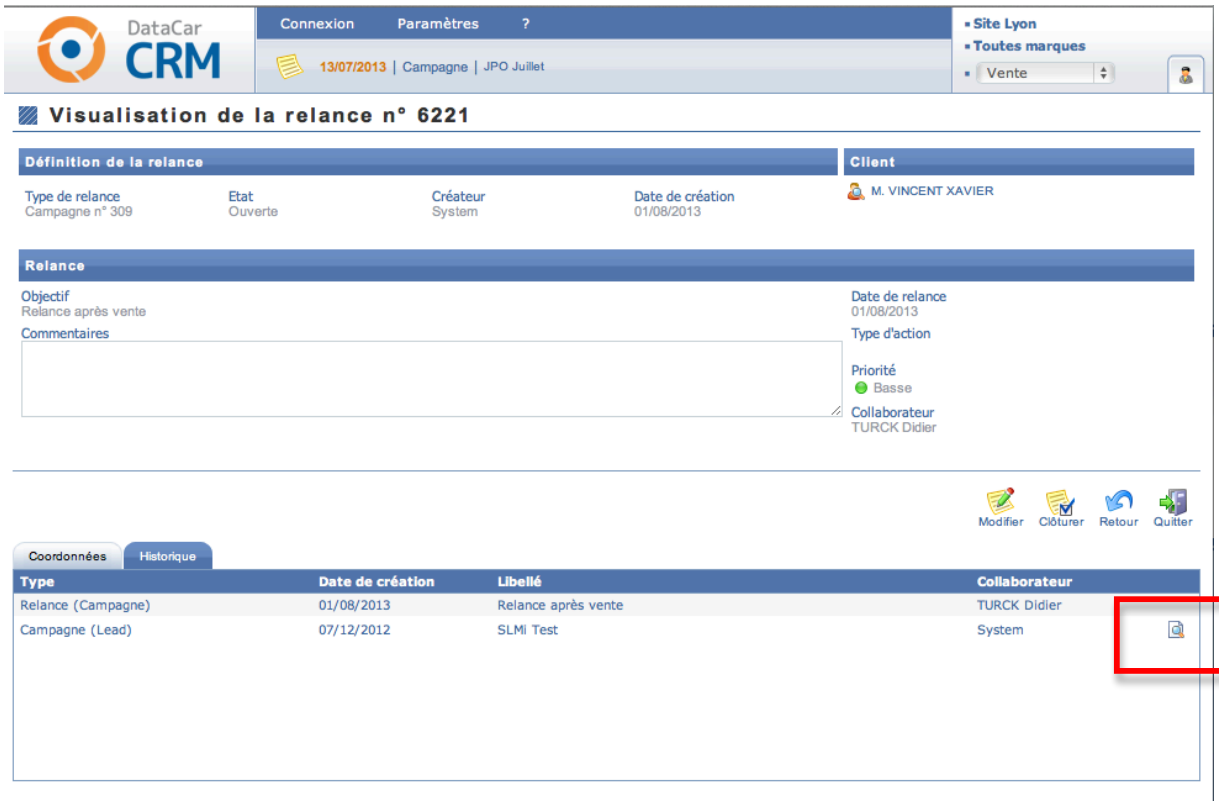
Une fois le lead affecté la relance / l'opportunité sera créée et affectée au vendeur désigné pour traitement.
Celui ci se fera selon le process habituel de DataCar CRM.
Le fournisseur du lead sera informé régulièrement des avancées du lead (actions réalisées).

6. INFORMATIONS SUR LE LEAD

DataCar CRM intègre un ensemble d'information dans la fiche client mais d'autres informations complémentaires ou spécifiques concernant le lead sont mises à disposition de l'utilisateur.

6.1. Depuis la relance

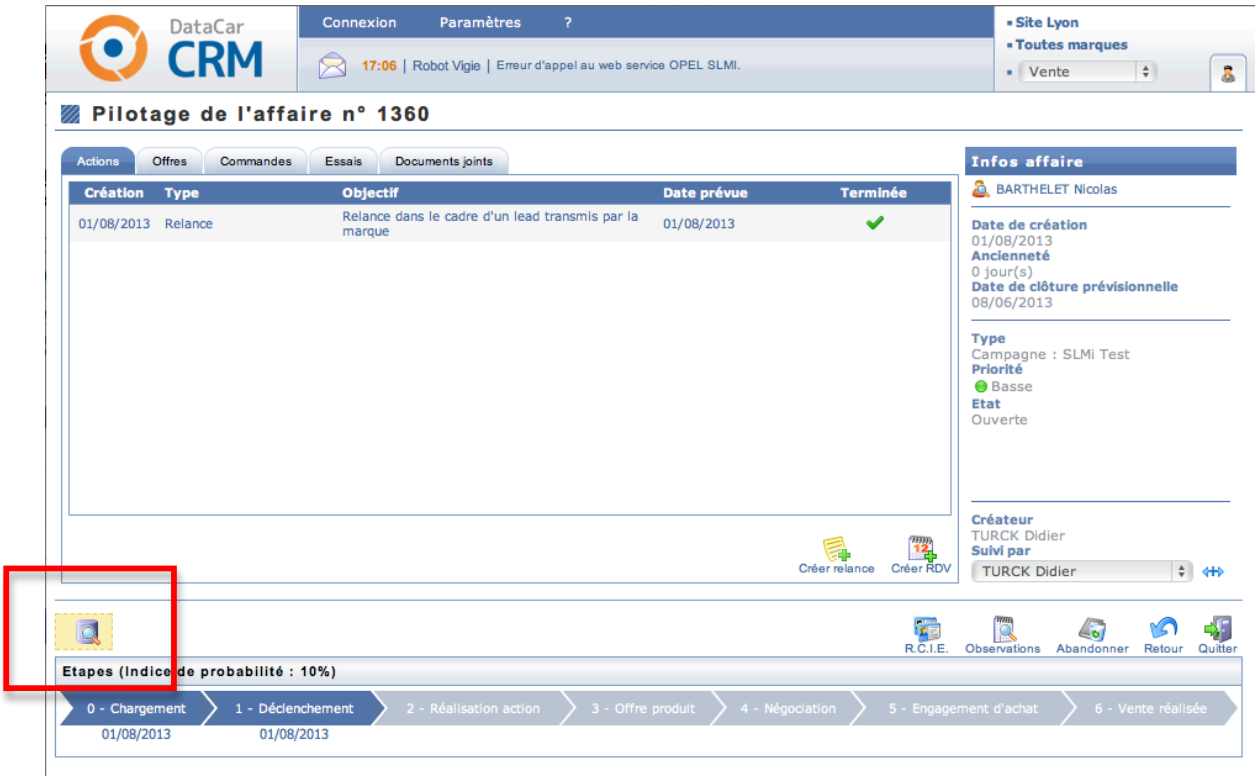
Dans l'onglet « historique » Il est possible d'accéder aux détails du lead en cliquant sur l'icône en bas à droite.



© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

6.2. Depuis l'affaire

Il est possible d'accéder aux détails du lead en cliquant sur l'icône en bas à gauche.



© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

7. INFORMATIONS IMPORTANTES

7.1. Gestion des relances

Afin que les informations de suivi renvoyées au fournisseur du lead soient le plus proche possible de la réalité il est important de respecter les process de DataCar CRM et notamment le suivi des relance.

Lors de la première tentative de contact il faut impérativement que l'utilisateur précise :

- Abandon : le contact n'est pas intéréssé
- Ouverture d'une Affaire : le contact semble effectivement intéréssé et il convient d'ouvrir une affaire pour le suivi du process de vente (essai, RdV, Offres, Vente, …)
- Suivi : un message a été laissé au contact et un nouvel appelé (nouvelle relance) a été programmée ou le contact a été contacté et a demandé a être recontacté

La modification d'une relance pour positionner celle ci sur une autre date par exemple ne permet pas de considérer que la démarche de prise de contact a été engagée.

7.2. Gestion des pop up

Il peut être nécessaire que des POP UP s'ouvrent au cours de l'avancée du process de traitement d'un lead.
Il est donc nécessaire de vérifier que votre navigateur permet l'ouverture de celles ci et que l'anti-pop up ne soit donc pas activé.

7.3. Affectation automatique des leads et Agenda

Dans le cas ou l'affectation des leads est configurée pour être réalisée automatiquement il convient de s'assurer que les agendas des vendeurs potentiellement concernés soit correctement remplis afin que le système n'attribue pas un lead à un vendeur en congés ou absent.

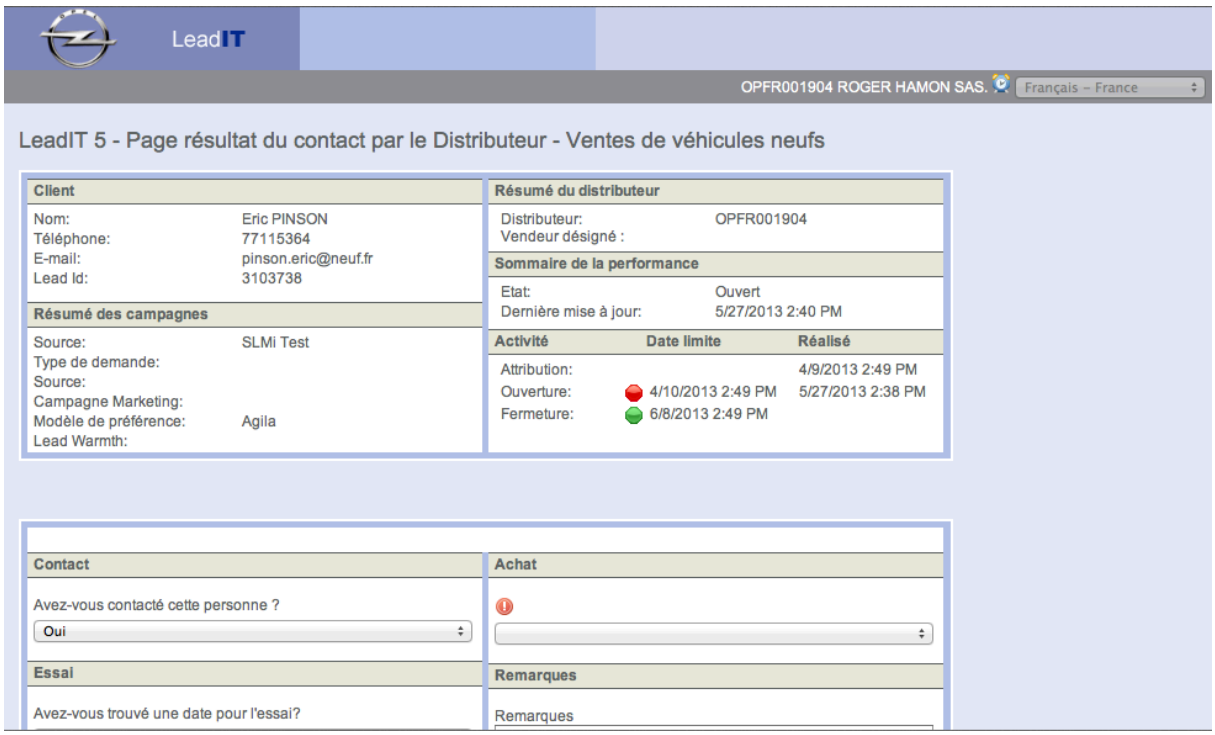
© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

8. SLMI (SHOWROOM LEAD MANAGEMENT INTERGRATION) SECONDARY FEEDBACK

Dans le cadre des campagnes et des leads envoyés par OPEL (alternativement au portail LeadIT) les leads peuvent être de différents types (Service) :

- New Vehicule Sale
- Used Vehicule Sale
- After Sale
- General Enquiry
- GMAC

En fonction du type de lead et des actions réalisées sur ceux ci, le vendeur pourra avoir à compléter certaines informations par l'intermédiaire d'une fenêtre qui s'ouvrira automatiquement en POP UP = Secondary Feedback.



En fonction du type de lead l'utilisateur se voit suggéré les étapes recommandées par OPEL.
La fenêtre de Secondary Feedback s'ouvrira en fonction du type de lead et de l'étape du lead qui aura été complétée.
Les règles sont les suivantes (en rouge les étapes ouvrant le Seccondary Feedback) :

- New Vehicule Sale : Contact (si = non) -> RDV -> Essai (si = non) -> Offre (si = non) -> Vente (si = non)
- Used Vehicule Sale : Contact (si = non) -> RDV -> Essai (si = non) -> Offre (si = non) -> Vente (si = non)
- After Sale : Contact (si = non) -> RDV (si = non) -> Vente (si = non)

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

- General Enquiry : Contact (si = non)
- GMAC : Contact (si = non) -> RDV -> Essai (si = non) -> Offre (si = non) -> Vente (si = non)

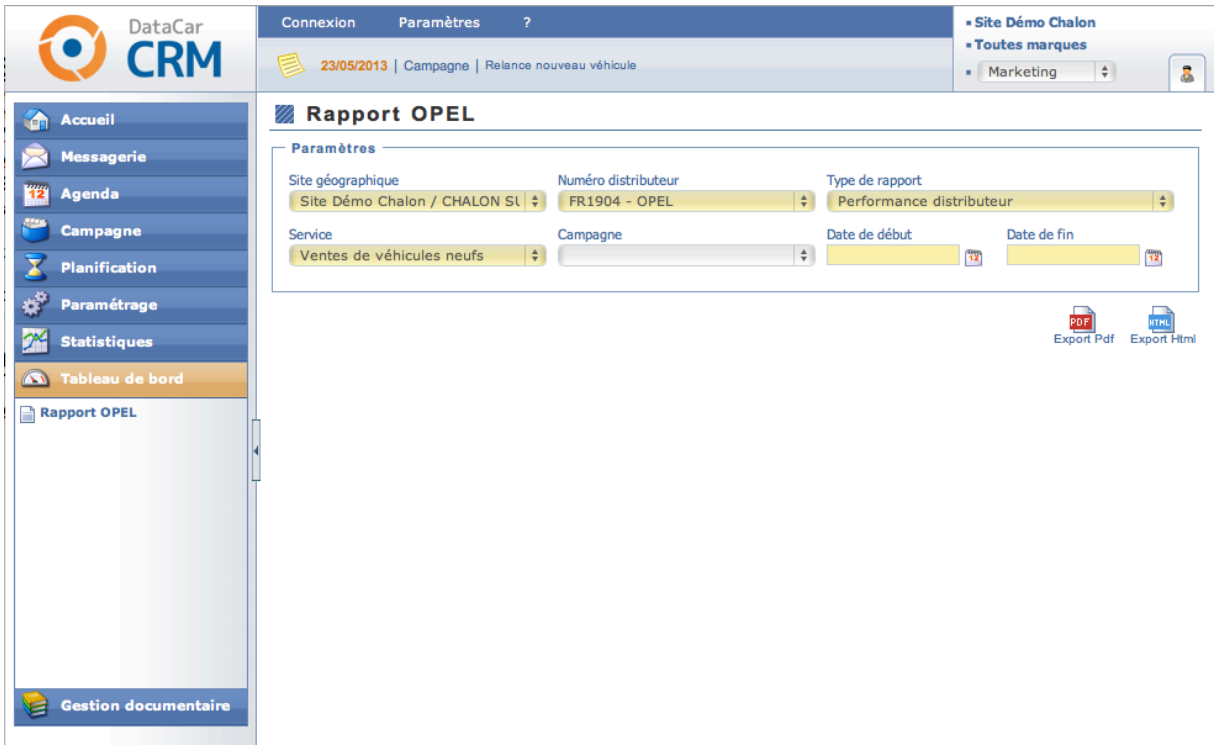
Un lead ne pourra être cloturé dans DataCar CRM qu'une fois l'ensemble des informations complémentaires renseignées.

ATTENTION : il est nécessaire de sauvegarder les informations avant de fermer la fenêtre. Dans ce cas les informations sont sauvegardées mais le lead reste ouvert chez LeadIT.
Vous pouvez fermer la fenêtre ensuite.

La fonction sauvegarder et fermer permet de sauvegarder les dernières informations rentrées et de fermer le lead chez LeadIT. Validez ce bouton avant de fermer la fenêtre.

9. TABLEAUX DE SUIVI SPECIFIQUE LEADIT

Le Leadc Manager est en mesure depuis DataCar CRM d'éditer les rapports « LeadIT » en HTML et en PDF.



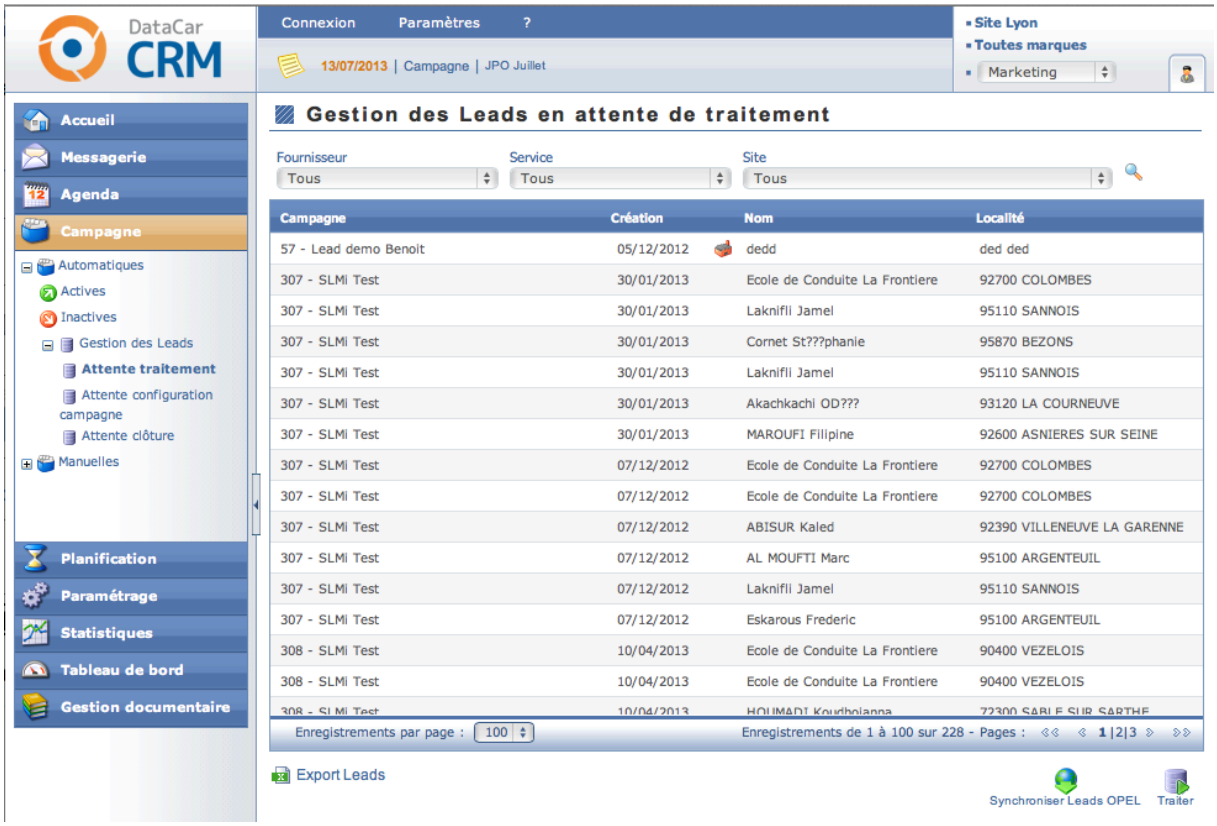
Les données exportées sont issues direcment de LeadIT et correspondent donc aux informations qui sont effectivement remontées.

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

10. SUIVI DES TRAITEMENTS DES LEADS AVEC COMPARAISON DES DATES CIBLES ET DATES DE REALISATION

Le lead manager a la possibilité d'éditer un tableau lui permettant de suivre l'état d'avancement des leads et de comparer les dates de réalisation au regard des dates cibles.

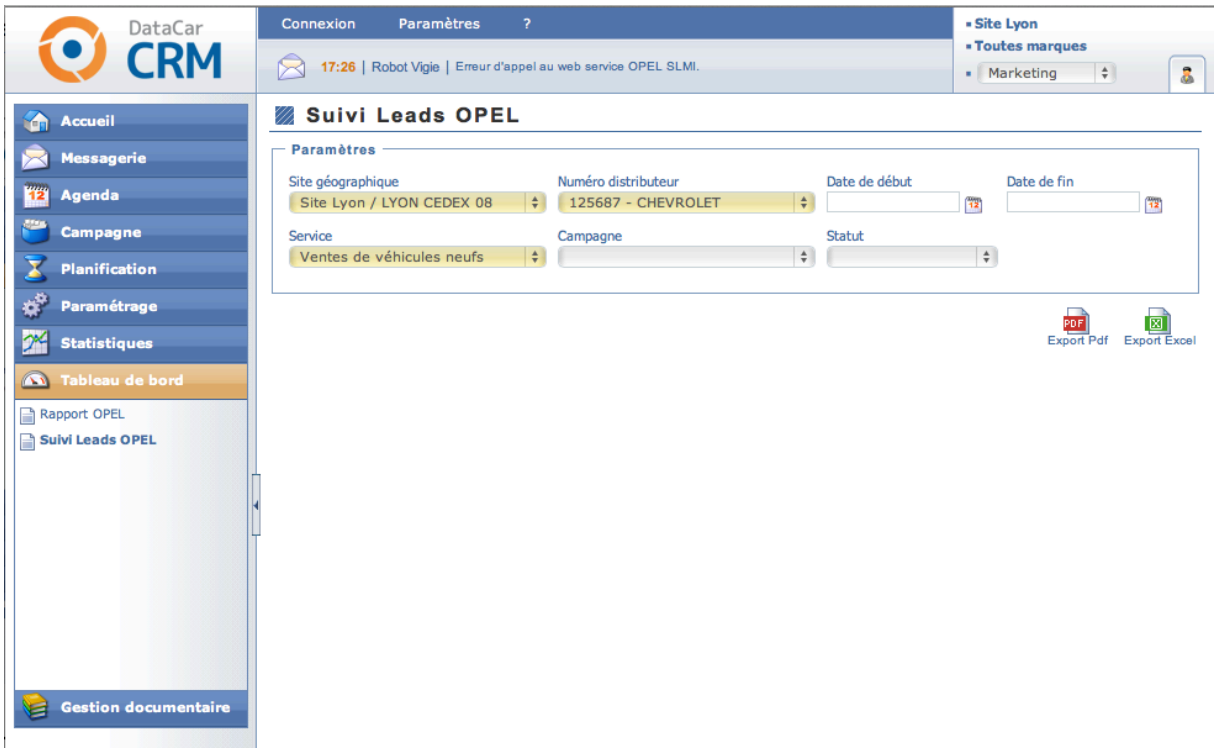
Pour cela depuis le module « Marketing » il faut se rendre dans le menu « Campagnes » puis « Gestion des Leads ». Un export Excel est alors proposé en bas à gauche de la page.


DataCar CRM
Connexion
Paramètres
?
13/07/2013 | Campagne | JPO Juillet
Site Lyon
Toutes marques
Marketing
Accueil
Messagerie
Agenda
Campagne
Automatiques
Actives
Inactives
Gestion des Leads
Attente traitement
Attente configuration campagne
Attente clôture
Manuelles
Planification
Paramétrage
Statistiques
Tableau de bord
Gestion documentaire
Gestion des Leads en attente de traitement
Fournisseur
Service
Site
Tous
Campagne
Création
Nom
Localité
57 - Lead demo Benoit 05/12/2012 dedd ded ded
307 - SLMi Test 30/01/2013 Ecole de Conduite La Frontiere 92700 COLOMBES
307 - SLMi Test 30/01/2013 Laknifli Jamel 95110 SANNOIS
307 - SLMi Test 30/01/2013 Cornet St???phanie 95870 BEZONS
307 - SLMi Test 30/01/2013 Laknifli Jamel 95110 SANNOIS
307 - SLMi Test 30/01/2013 Akachkachi OD??? 93120 LA COURNEUVE
307 - SLMi Test 30/01/2013 MAROUFI Filipine 92600 ASNIERES SUR SEINE
307 - SLMi Test 07/12/2012 Ecole de Conduite La Frontiere 92700 COLOMBES
307 - SLMi Test 07/12/2012 Ecole de Conduite La Frontiere 92700 COLOMBES
307 - SLMi Test 07/12/2012 ABISUR Kaled 92390 VILLENEUVE LA GARENNE
307 - SLMi Test 07/12/2012 AL MOUFTI Marc 95100 ARGENTEUIL
307 - SLMi Test 07/12/2012 Laknifli Jamel 95110 SANNOIS
307 - SLMi Test 07/12/2012 Eskarous Frederic 95100 ARGENTEUIL
308 - SLMi Test 10/04/2013 Ecole de Conduite La Frontiere 90400 VEZELOIS
308 - SLMi Test 10/04/2013 Ecole de Conduite La Frontiere 90400 VEZELOIS
Enregistrements par page : 100
Enregistrements de 1 à 100 sur 228 - Pages : 1|2|3
Export Leads
Synchroniser Leads OPEL
Traiter

© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.

11. SUIVI DES ETATS DE RAPPROCHEMENT

Une fonction permet de s'assurer que l'ensemble des leads disponibles dans LeadIT ont bien été importés dans DataCar CRM.
Pour cela, depuis le module « Marketing » il faut allez dans le menu « Tableau de Bord » puis « Suivi Leads OPEL ».
Un formulaire permettra de spécifier les caractéristiques de l'export souhaité.



© Copyright **DATAFIRST SA**. Tous droits réservés. Ce produit ne peut être reproduit, adapté ou traduit sans autorisation expresse préalable sauf conformément aux lois internationales du copyright. Tout texte, tout graphique, toute conception et tout contenu restent la propriété de DATAFIRST SA.